

**EFEK STORE IMAGE, PRODUCT SIGNATURENESS DAN
QUALITY VARIATION TERHADAP PURCHASE INTENTION
PRIVATE LABEL ALFAMART DI SURABAYA**



**OLEH :
MELANIA DIANITA L
3103012090**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDAYA MANDALA
SURABAYA
2015**

**EFEK STORE IMAGE, PRODUCT SIGNATURENESS DAN
QUALITY VARIATION TERHADAP PURCHASE INTENTION
PRIVATE LABEL ALFAMART DI SURABAYA**

SKRIPSI
Diajukan kepada
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

OLEH :
Melania Dianita L
3103012090

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDAYA MANDALA
SURABAYA

2015

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**EFEK STORE IMAGE, PRODUCT SIGNATURENESS DAN
QUALITY VARIATION TERHADAP PURCHASE INTENTION
PRIVATE LABEL ALFAMART DI SURABAYA**

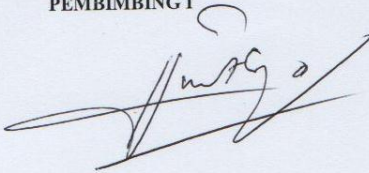
OLEH

MELANIA DIANITA L

3103012090

Telah disetujui dan diterima untuk sidang akhir

PEMBIMBING I



PROF.Dr.H TEMAN KOESMONO, MM

Tanggal : 30 JUNI 2016

PEMBIMBING II



VERONICA RAHMAWATI, SE., M.SI

Tanggal : 30 JUNI 2016

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Melania Dianita L

NRP : 3103012090

Judul : EFEK STORE IMAGE, PRODUCT SIGNATURENESS DAN
QUALITY VARIATION TERHADAP PURCHASE INTENTION
PRIVATE LABEL ALFAMART DI SURABAYA

Menyatakan bahwa, tugas akhir berupa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya tulis ini terbukti merupakan hasil *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Universitas Katolik Widya Mandala.

Saya menyetujui untuk mempublikasikan karya tulis ini di internet atau di media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala) untuk kepentingan akademis dan sesuai Hak Undang Undang

Demikian surat pernyataan mengenai keaslian dan publikasi karya ilmiah ini saya tulis.

Surabaya, 2 Agustus 2016

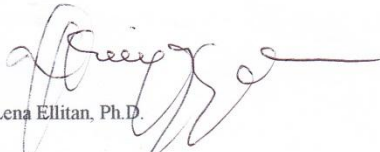


Melania Dianita L

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh, Nama : Melania Dianita L, NRP: 3103012090 Telah diuji pada tanggal 21 Juli 2016 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji


Ketua Tim Penguji


Lena Ellitan, Ph.D.
NIK : 311.95.0227

Mengetahui,


Dekan
Dr Iodovicius Lasdi SE.,MM
NIK 321.99.0370

Ketua Jurusan


Elisabeth Supriharyanti, SE.,M.Si
NIK : 311.99.0369

v

v

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, karena rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir strata satu ini dengan baik dan tepat waktu.

Tugas akhir ini mengenai *purchase intention* produk *private label* yang berjudul ” Efek *Store Image*, *Product Signatureness* Dan *Quality Variation* Terhadap *Purchase Intention Privat Label* Alfamart Di Surabaya “

Untuk pembuatan tugas akhir ini, saya mendapatkan banyak bimbingan, dukungan, dorongan dan doa. Karenanya dalam kesempatan ini saya berterima kasih kepada

1. Prof teman, sebagai pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktu dan memberikan masukan
2. Ibu Veronica R, SE.,M.Si sebagai pembimbing II yang tak pernah bosan memberikan saya waktu untuk bimbingan, materi dan teori guna menyempurnakan tugas akhir ini
3. Orang tua dan keluarga yang telah mendukung
4. Magdalena Ade dan Davina N yang telah membantu mengelola SPSS
5. Selviana yang memberikan informasi berkenaan dengan skripsi, serta teman – teman yang lain yang tidak bisa disebutkan satu per satu

Saya berharap tugas akhir ini berguna dan bermanfaat di kemudian hari. Saya juga menerima kritik dan saran untuk memperbaiki tugas akhir ini.

Surabaya, 02 Agustus 2016

Hormat saya

Melania Dianita L

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK.....	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	01
1.2. Perumusan Masalah	06
1.3. Tujuan Penelitian	06
1.4. Manfaat Penelitian	07
1.5. Sistematika Penulisan.....	07
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	09
2.2. Landasan Teori.....	11
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	18
2.4. Kerangka konseptual	20
2.4. Hipotesis Penelitian.....	21

BAB 3.	METODE PENELITIAN	
3.1.	Desain Penelitian.....	22
3.2.	Identifikasi Variabel.....	22
3.3.	Definisi Operasional Variabel	22
3.4.	Jenis dan Sumber Data	24
3.5.	Alat dan Metode Pengumpulan Data	25
3.6.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.7.	Analisis Deskriptif	26
3.8.	Uji Validitas Dan Reliabilitas	26
3.9.	Uji Asumsi Klasik	27
3.10	Teknik Analisis Data	28
BAB 4.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Deskriptif Data Penelitian	33
4.2.	Deskriptif Responden.....	33
4.3.	Analisis Statistik Deskriptif.....	35
4.4.	Analisa Variabel.....	40
4.5.	Pembahasan	52
BAB 5.	SIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Simpulan.....	54
5.2.	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang	10
Tabel 2.2. Perbandingan Keuntungan Relatif antara Merek Nasional dan <i>Private label</i>	12
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.3. Berdasarkan Jumlah Kunjungan di Alfamart.....	34
Tabel 4.4. Familiar dengan Produk <i>Private Label</i>	34
Tabel 4.5. Waktu Belanja Produk <i>Private Label</i> Alfamart	35
Tabel 4.6. Kelompok Interval Penilaian.....	35
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Store Image</i>	36
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Signatureness</i>	38
Tabel 4.9. Statistik Deskriptif Variabel <i>Quality Variation</i>	39
Tabel 4.10. Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase intention</i>	40
Tabel 4.11. Uji Validitas Indikator <i>Store Image</i>	41
Tabel 4.12. Uji Validitas Indikator <i>Product Signatureness</i>	43
Tabel 4.13. Uji Validitas Indikator <i>Quality Variation</i>	44
Tabel 4.14. Uji Validitas Indikator <i>Purchase intention</i>	45
Tabel 4.15. Uji Validitas Indikator Penelitian.....	45
Tabel 4.16. Uji Reliabilitas Indikator dan Instrumen Penelitian	47
Tabel 4.17. Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.18. Uji Heteroskedastisitas.....	47
Tabel 4.19. Kriteria Pengujian Autokorelasi.....	49
Tabel 4.20 Analisis Regresi Linear Berganda.....	50

Daftar Gambar

	Halaman
Gambar 1.1 : Peningkatan Penjualan <i>Private Label</i>	2
Gambar 1.2 : Pendapat Masyarakat Asia Mengenai <i>Private Label</i>	3
Gambar 1.3 : Produk <i>Private Label</i> Alfamart	7
Gambar 2.1 : Kerangka konseptual	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner

Lampiran 2 : Hasil Pengisian Kuisisioner

Lampiran 3 : Hasil Uji Statistik Deskriptif

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 : Hasil Uji Regresi Linear Berganda

ABSTRAK

Penelitian ini adalah penelitian kausal untuk mengetahui efek *store image*, *product signatureness* dan *quality variation* terhadap *purchase intention* produk *private label* Alfamart di kota Surabaya. Data penelitian ini data primer, yang didapatkan dengan penyebaran kuisioner yang dianalisis dengan regresi linear berganda dengan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan *store image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, *product signatureness* berpengaruh positif dan signifikan *purchase intention* dan *quality variation* berpengaruh positif dan signifikan *purchase intention*. Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan Alfamart dapat memperbaiki beberapa komponen seperti sikap pegawai sehingga dapat meningkatkan *purchase intention* produk *private label*nya. Untuk penelitian selanjutnya dapat dilakukan di kota lain dengan jumlah responden yang lebih besar.

Kata kunci : *store image*, *product signatureness*, *quality variation*, *purchase intention*, *private label*

ABSTRACT

This research is causal research to determine the effects of store image, product signatureness and quality variation toward purchase intention Alfamart private label on Surabaya. The research data is primary, obtained by distributing questionnaires and analyzed with multiple linear regression with SPSS. The results of this study indicate store image positive and significant effect on purchase intention, product signatureness positive and significant effect on purchase intention and quality variation and significant negative effect on purchase intention. Based on the results of this study suggested Alfamart can improve some components such as the attitude of employees so as to increase private label product purchase intention. For further research can be conducted in another city with a larger number of respondents.

keyword : *store image, product signatureness, quality variation, purchase intention, private label*